

Ảnh hưởng của nhãn thực phẩm hữu cơ và niềm tin đối với nhà sản xuất lên sự gắn kết của khách hàng

Lê Nam Hải^(*) • Lê Tuấn Lộc • Nguyễn Minh Tuấn

Ngày nhận bài: 20/6/2023 | Biên tập xong: 01/9/2023 | Duyệt đăng: 10/9/2023

TÓM TẮT: Nghiên cứu này xem xét ảnh hưởng của nhãn thực phẩm hữu cơ (TPHC) và niềm tin đối với nhà sản xuất (NSX) đến sự gắn kết của khách hàng trong bối cảnh tiêu dùng TPHC; đồng thời, kiểm định vai trò trung gian của niềm tin đối với NSX trong mối quan hệ này. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu được đề xuất dựa trên sự kết hợp mô hình S-O-R, lý thuyết Sử dụng tín hiệu và lý thuyết Trao đổi xã hội. Dữ liệu nghiên cứu được thu thập từ 388 khách hàng tại Thành phố Hồ Chí Minh (TP. HCM) là những người đã và đang có trải nghiệm tiêu dùng TPHC. Mô hình cấu trúc được phân tích và kiểm định thông qua phần mềm PLS-SEM. Kết quả nghiên cứu cho thấy, nhãn TPHC và niềm tin đối với NSX đều có tác động tích cực lên sự gắn kết của khách hàng; và vai trò trung gian bổ sung của niềm tin đối với NSX cũng được chứng minh. Từ đó, các gợi ý chính sách nhằm gia tăng niềm tin đối với NSX và sự gắn kết của khách hàng cũng được thảo luận.

TỪ KHÓA: Nhãn thực phẩm hữu cơ, sự gắn kết, niềm tin đối với nhà sản xuất, lý thuyết trao đổi xã hội, S-O-R model.

Mã phân loại JEL: M31, M39, C12.

1. Giới thiệu

Sự gắn kết của khách hàng (CE – Customer engagement) nhận được sự quan tâm sâu sắc từ cộng đồng học thuật cũng như các nhà quản lý. Các cuộc thảo luận trước đây tập trung vào cấp độ hành vi (Gligor & Bozkurt, 2020), trong đó sự gắn kết của khách hàng được định nghĩa là mức độ tương tác của khách hàng đối với chủ đề (công ty/thương hiệu/cộng đồng), bao gồm danh tiếng thương hiệu, đề xuất và tạo nội dung (van Doorn

& ctg, 2010). Thêm vào đó, sự gắn kết của khách hàng là “biểu hiện hành vi của khách hàng vượt ra ngoài những giao dịch mua bán (phi giao dịch)” (Jaakkola & Alexander, 2014; Kumar & ctg, 2010; van Doorn & ctg, 2010).

^(*) Lê Nam Hải - Trường Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia TP. HCM, Khu phố 3, Phường Linh Xuân, Quận Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh; Email: hailn1640102@sdh.uel.edu.vn.